

Brevo Wallet

Das Mobile Wallet für deine Kund:innen

Häufig gestellte Fragen

An welche Altersgruppe richtet sich das Mobile Wallet?

Wie funktioniert das Mobile Wallet?



**An welche
Altersgruppe
richtet sich das
Mobile Wallet?**

Das Wallet richtet sich an alle Altersgruppen. Die Marken, die unsere Lösung nutzen, haben tatsächlich Kund:innen in allen Altersgruppen, von Jung bis Alt.

Die Engagement Rate für das Wallet ist außerdem in allen Altersgruppen ähnlich, was zeigt, dass es sich um eine generationsübergreifende Lösung handelt. Sogar die Branchen mit ebenfalls älteren Zielgruppen, wie z. B. Versicherungen, **haben die besten Engagement Rates bei ihren älteren Kund:innen erzielt.**

Beispiele

Die Versicherung "M comme Mutuelle" verzeichnet eine Engagement Rate von:

20% bei den
55- bis 64-
Jährigen



14% bei den 65-
bis 74-Jährigen

8% bei den
über 75-
Jährigen

Die Versicherung April verzeichnet ebenfalls gute Ergebnisse: **38% der Versicherten mit Wallet sind zwischen 50 und 70 Jahre alt.**

Aber diese Ergebnisse gelten nicht nur für die Versicherungsbranche. Es gibt Modemarken, deren Kundenstamm im fortgeschrittenen Alter ist, die ebenfalls einen Anstieg verzeichnen. Bei einer dieser Marken, deren Durchschnittsalter 55 Jahre beträgt, haben die Kund:innen mit Wallet-Nutzung folgende Resultate erreicht:

2-mal

höhere Kauffrequenz als
Kund:innen ohne Wallet

2-mal

höherer Umsatz pro Kund:in

Diese Ergebnisse, selbst bei älteren Altersgruppen, sind auf die **einfache Handhabung des Wallets** zurückzuführen. Allen Nutzer:innen wird ermöglicht, auf **einfache Art und Weise ihre Wallet-Karten auf ihrem Smartphone hinzuzufügen und abzurufen.**

Es muss **keine zusätzliche App installiert** werden, was die Hemmschwelle senkt und die Akzeptanz der Lösung erleichtert.

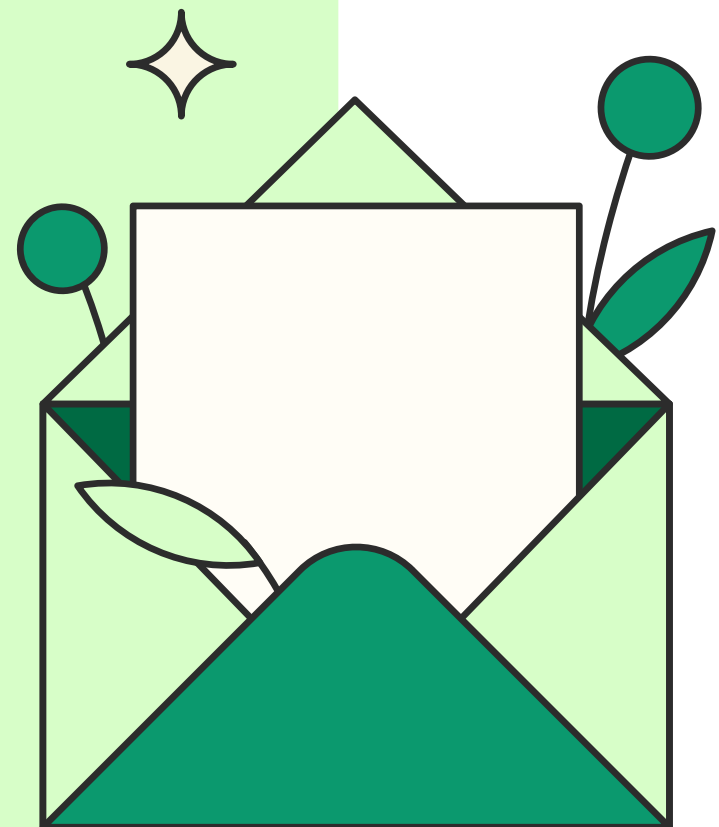
Wie können meine Kund:innen das Wallet nutzen?

Der Prozess **verläuft einfach und reibungslos**. Keine zusätzliche App muss heruntergeladen werden, da das Mobile Wallet **zu den nativen Anwendungen eines Smartphones gehört**, ob Android oder iOS.

Die Kund:innen können ihre Karte per E-Mail, per SMS, per App oder sogar **direkt an einem Point of Sale (PoS) herunterladen, indem ein QR-Code gescannt und ein Formular ausgefüllt wird**. Sobald auf den Link geklickt oder das Formular eingereicht wurde, reicht ein weiterer Klick aus, um die Karte dem Smartphone hinzuzufügen.

So funktioniert es

Durch das Anklicken einer Handlungsaufforderung (CTA) oder das Scannen eines QR-Codes (im Falle einer Interaktion am PoS) wird automatisch eine Karte generiert und dem Mobile Wallet der Kund:innen hinzugefügt. In den meisten Fällen ist diese Karte personenbezogen.



Was die **Neukundenakquise** betrifft, gibt es zwei Möglichkeiten. Wenn du zunächst keine Informationen über die Personen hast, die ihre Karte herunterladen, z. B. wenn ein QR-Code am Point of Sale verwendet wird oder ein CTA auf den allgemein zugänglichen Seiten deiner Website angezeigt wird, gibt es zwei Möglichkeiten:

1

Die von den Kund:innen durchgeführte Aktion (Klick auf den CTA oder Scannen des QR-Codes) erzeugt eine **generische, nicht personalisierte Karte**, die mit zwei Klicks zur Mobile Wallet hinzugefügt werden kann. Dies ermöglicht eine schnelle Implementierung eines Kommunikationskanals, aber du erhältst keine weiteren Angaben über die Identität der Personen, die die Karte herunterladen.

2

Die von den Kund:innen durchgeführte Aktion leitet sie zu einem Formular weiter, wo du ihre Informationen wie Vorname, Nachname, E-Mail, Opt-In, Telefonnummer usw. abfragen kannst. Anhand dieser Informationen wird dann eine personalisierte Karte erstellt, die die Kund:innen zu ihrem Mobile Wallet hinzufügen können. Diese Option ermöglicht eine **umfassendere qualifizierte Kundenakquise**. Allerdings wird mit dem Formular ein weiterer Schritt hinzugefügt, der die Anzahl der Personen, die den Prozess bis zum Ende durchlaufen, verringern kann.

Um ihre **Neukundengewinnung anzukurbeln**, hat die **Kosmetikmarke Clarins** beispielsweise Rabattcoupons angeboten, die direkt von **gesponserten Facebook-Werbeanzeigen** auf das Mobile Wallet heruntergeladen werden konnten.

Die **Restaurantkette Léon** bietet ebenfalls Rabattgutscheine an, die über einen QR-Code auf den Tischen im Restaurant, zum Wallet hinzugefügt werden können. Daraufhin sendet die Marke beispielsweise Push-Benachrichtigungen an ihre Wallet-Kund:innen, um sie darauf hinzuweisen, dass dieses Angebot bald abläuft.

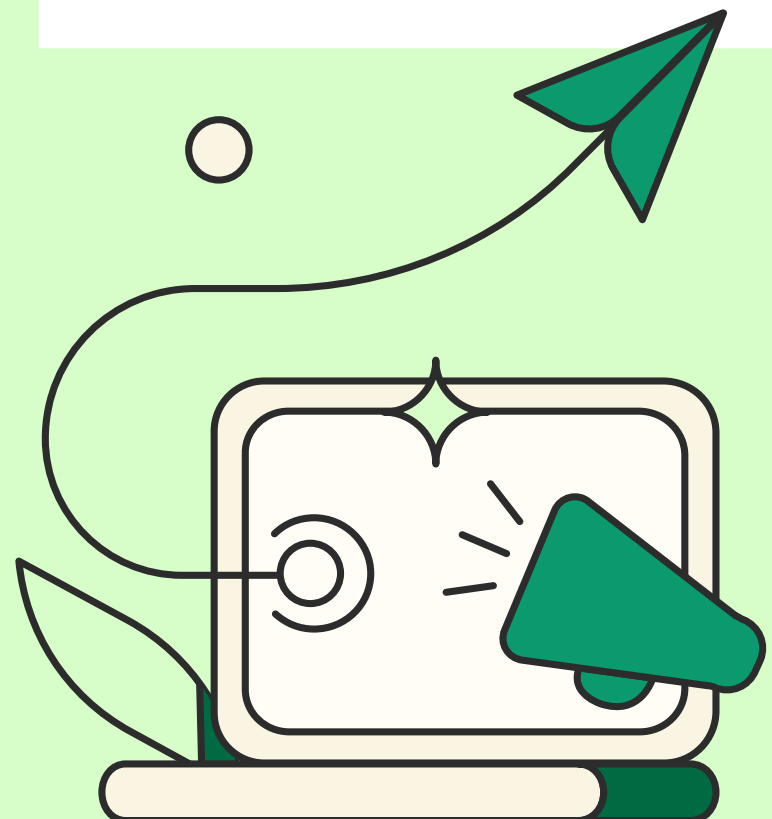
Zusammenfassung

Das Hinzufügen der Karte zum Mobile Wallet für deine Kund:innen ist ein einfacher und flexibler Prozess. Er kann mit wenigen Klicks von verschiedenen Kontaktpunkten aus durchgeführt werden und bietet so eine bequeme und personalisierte Customer Experience.

Und die Zahlen unserer Kund:innen beweisen es:

79%
durchschnittliche
Installationsrate bei
botanic

Das bedeutet, dass 79 % ihrer Kund:innen den Prozess vollständig abschließen, wenn sie auf den Call-to-Action klicken, um ihre Kundenkarte zum Mobile Wallet hinzuzufügen.





Brevo Wallet

Email

team@brevo-wallet.com

Telefon

[+49 30 52006181](tel:+493052006181)

Mehr als 250 Unternehmen vertrauen uns

